

“必환경 해야 산다”... 지속가능성에 달린 유통가의 미래

기후위기 해결로 간다

2020년부터 창궐한 코로나19가 2년째 이어지면서 코로나19 이전의 삶으로 돌아갈 수 있을 거라는 기대감 대신 코로나19로 인해 변화한 삶을 받아들이는 이들이 많아졌다.

코로나19가 매년 유행하는 독감처럼 앞으로 우리의 삶에 공존할 것이라는 전망이 나오면서 '뉴노멀'에 대한 논의가 이어지고 있다. 뉴노멀은 시대변화에 따라 새롭게 떠오른 사회적인 기준이나 보편화된 현상을 의미한다.

그중 하나가 '필환경시대'다. 그동안 환경을 배려하는 친환경 소비가 되도록이면 실천하면 좋은 선택의 문제였다면, 이제는 반드시 해야 할 '필수'가 됐다.

유명 대학 연구진이 코로나19 사태의 원인을 기후변화로 인해 치명적인 바이러스를 품은 박쥐의 등장 때문이라고 주장하면서 기후위기에 대한 중요성이 대두된 것이다.

‘착한 소비’ 트렌드에 친환경 집중 전자영수증·친환경 패키지 도입 작년 대체육 시장 규모 약 115억

◆新소비 기준, 환경 보호에 기여하는가?

이에 유통업계 전반에 걸쳐 자원 선순환을 통한 탄소 줄이기에 노력을 기울이고 있다. 기업들은 환경에 대한 책임을 우선 순위로 고려하고 공생의 가치를 실현하겠다는 목표다.

대형마트는 전자영수증 발급으로 종이영수증 발행을 대신하면서 불필요한 자원 낭비를 줄였고, 최근에는 친환경 소재 패키지를 전면 도입했다.

편의점 업계도 비닐봉투 사용을 중단하고 친환경 봉투를 전면 도입하는 등 친환경 경영에 동참했다.

재활용에 직접 나서는 기업도 늘고 있다. CJ올리브영은 재활용 컨설팅 기업 '테라사이클'과 함께 전국 주요 매장에서 화장품 공병을 수거해 재활용하는 '뷰티사이클(BEAUTY-CYCLE) 캠페인'을 펼치고 있고, 롯데마트와 세븐일레븐은 친환경 제품 생산에 활용하기 위한 페트 회수 로봇을 점포에 배치했다.

기업이 환경 보호에 기여하는지, 제품이 윤리적으로 생산되는지 등을 고려해 구매를 결정하는 '착한 소비'가 늘어나고 있기 때문에 기업들도 친환경 정책에 집중할 수밖에 없다.

음료를 구매할 때의 기준도 달라졌다. 얼마나 쉽게 라벨을 제거할 수 있는가가 선택의 기준으로 떠오른 것.

페트병의 라벨 분리 배출이 의무화되면서 라벨이 아예 없는 라벨 프리 제품도 각광 받고 있다.

이에 주요 편의

체육 시장이 주목받고 있다. 동물이 배출하는 막대한 양의 탄소를 줄이는 것은 물론, 도축에 따른 윤리적 문제도 해결할 수 있기 때문이다.

대체육은 비(非)동물성 재료로 모양과 식감을 고기와 유사하게 만든 식재료다. 대부분의 대체육이 콩단백질 또는 밀가루 글루텐 등의 식물성 재료로 만들어져 식물성 고기로도 불리지만, 동물 세포를 배양해 생산한 인공고기인 배양육도 대체육에 포함된다.

한국농수산식품유통공사에 따르면 2023년까지 글로벌 대체육 시장 규모는 6조7000억원으로 추산된다. 국내 대체육 시장

◆지속가능한 패션이 환영받아

패션 기업들 또한 지속가능성을 염두에 두고 상품 개발, 캠페인을 벌이고 있다.

이탈리아 패션 브랜드 프라다는 기존의 모든 나일론 소재의 제품 생산을 중단하고, 재생 나일론인 '에코닐'을 적극 도입하겠다고 밝혔다.

글로벌 패션 브랜드 H&M은 고객 참여를 유도하며 지속가능한 패션 실현에 앞장서고 있다. 대표적으로 지속가능성 사이트 'Always Be Conscious(ABC)'를 1년간 운영했다. 이 사이트에서는 H&M 회원이 패션과 지속가능성에 대해 즐기면서 알아갈 수 있는 다양한 콘텐츠를 전달했다.

지속가능한 소재의 제품 개발 나서 ESG 전담팀 만들고 경영 성과 공개 그린워싱에 대한 문제 의식 높아져

◆그린워싱 '아웃!'...소비자 인식 높아져

친환경을 강조하지만, 실제로는 비환경적인 '그린워싱' 문제에 대한 인식도 높아졌다. 그린워싱은 1980년대 환경운동가 제이 웨스터벨트가 처음 제시했다. 기업이 이익을 챙기려고 '친환경을 허위·과장하는 행위'를 비판하는 것을 말한다.

대표적으로 글로벌 기업 네슬레는 고객들로부터 다 쓴 알루미늄 커피 캡슐을 받아 재활용하는 행사를 열었다. 캡슐 커피 재활용으로 환경을 위해 좋은 일을 하겠다고 내세웠지만, 연산 8000톤에 달하는 알루미늄을 사용하며 벌인 환경 파괴 문제는 감춰왔다. 1톤의 알루미늄 생산에는 8톤의 이산화탄소가 배출된다.

그린워싱을 막기 위해서는 정보 공개가 중요하다.

업계 한 관계자는 "기업이 제품 생산에 있어 정보를 투명하게 제공해야 소비자들이 친환경 제품을 가려낼 수 있다"며 "친환경 제품에 대한 실질적인 효과와 눈에 보이는 수치를 제공하는 것도 방법이다"라고 말했다.

이어 "최근에는 많은 기업이 ESG 전담팀을 만들고 경영 성과와 활동을 공개하고 있다"고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



점들은 PB생수에 무라벨을 적용했다. BGF리테일이 운영하는 CU는 필두로 GS25, 이마트24가 동참하고 있다.

◆지구 온난화 대책으로 떠오른 '대체육'
기후위기의 원인은 이산화탄소 발생으로 인한 지구 온난화다. 기후위기 극복의 핵심은 탄소 저감에 있다는 뜻이다.

환경부 자료에 따르면 소 한 마리가 연간 배출하는 탄소량은 무려 2.95톤에 달한다. 가축이 내뿜는 메탄가스가 지구 온실가스의 절반에 달한다는 자료도 있다. 때문에 대

모는 해외에 비해 작지만, 가능성이 높은 시장으로 점쳐진다.

시장조사업체 유로모니터는 국내 대체육 시장 규모가 지난해 약 40% 성장한 115억 원을 기록한 것에 이어 올해 약 35% 성장한 155억 원에 달할 것으로 예상했다.

롯데·농심·풀무원·대상 등 기업들이 대체육 사업을 활발히 하고 있으며 특히 대상의 경우 동물세포를 기반으로 한 배양육 사업을 전개 중이다. 2023년 말부터 배양육 제품을 시장에 내놓는 것이 목표다.



을지로 SK텔레콤 구내식당에서 직원들이 신세계푸드의 대체육 '베리미트'로 만든 샌드위치로 식사를 하고 있다. /신세계푸드



탄소중립을 위한 재싱이떡저 공급 업무협약식에서 안세홍 아모레퍼시픽 시장(왼쪽)과 추형욱 SK E&S 사장이 기념촬영하고 있다. /아모레퍼시픽



고객이 이마트24의 무라벨 생수를 구매하고 있다. /이마트24